

기업윤리 브리프스

5

국민권익위원회 Monthly Business Ethics Briefs ▶ 국민권익위원회 홈페이지 www.acrc.go.kr '기업윤리 브리프스'에서 자세한 내용을 보실 수 있습니다.

전문가교차

지속가능 윤리경영 : 신뢰와 정체성에 기반한 사회적 관점

질문 1

윤리경영을 바라보는 관점은 어떤 것이 있는가?

윤리경영은 정치적, 경제적, 규범적(법+윤리) 관점에서 이해하는 것이 일반적이다. 정치적 관점에서 윤리경영은 정부, 언론, NGO 등의 압력에 따른 정당성을 확보하기 위해 이익 공유, 환경책임, 사회 공헌 행위를 하는 것이다. 경제적 관점에서 윤리경영은 기업이 양질의 제품과 서비스를 생산, 제공하고 고객, 투자자, 부품 공급자 등 다양한 이해관계자에게 적절한 이익을 창출하는 행위를 말한다. 규범적 관점에서 윤리경영은 법과 윤리라는 사회규범에 부합하는 경영행위로서, 법적 규범은 강제성을 띠지만 윤리적 규범은 사회구성원이 일반적으로 기대하는 자율적으로 준수해야 할 가치를 일컫는다.

이 세 가지 관점은 윤리경영을 구체적으로 왜 실시하고 미시적인 결과물이 무엇인지 파악하는 데 장점이 있다. 하지만 기존의 관점은 사회적 제도 및 규범에 따라 기업경영이 어떻게 운영되는지, 그리고 윤리경영에 영향을 미치는 사회적 배경에 대한 깊은 고려가 없다. 즉, 윤리경영이 각 사회의 역사적 경험과 환경에 따라 달라질 수 있는데, 이것을 제대로 설명하지 못한다. 국제표준이 제공하는 윤리경영 운영지침을 명시적 또는 적어도 묵시적인 윤리경영의 바람직한 운영형태로 받아들여 각 사회의 여러 특징을 간과하고 동일한 양식과 형태여야 한다는 점을 전제로 한다고 볼 수 있다.

우리는 기업의 경영활동이 각 사회의 역사적 전통과 경험에 따라 상이한 양식과 운영형태, 그리고 결과를 초래한다는 사실을 이미 경험적으로 알고 있다. 따라서 기존의 관점을 보완하여 윤리경영을 사회적 관점으로 이해할 필요가 있다. 사회적 관점에서 주목하는 것은 한 사회의 역사적 전통에 따라 형성된 가치관의 핵심인 '신뢰와 정체성 문제'이다. 신뢰는 한 사회의 구성원들이 다른 구성원에 대해 가지는 일반적인 믿음이고, 정체성은 자신과 다른 사람, 조직, 그리고 주위 사회 환경과의 관계 속에서 형성된 인간 및 조직의 근본문제이다. 신뢰와 정체성은 사회마다 각기 다른 특징을 가지고 있고, 높은 신뢰·낮은 신뢰 그리고 사회관계지향 정체성·자기이익우선 정체성 등으로 구분할 수 있다. 이에 따라 사회적 관점에서의 윤리경영은 4가지 조합의 사회적 배경이 존재함을 알 수 있다.

질문 2

한국에서 효율적 윤리경영을 하려면 무엇을 해야 하는가?

사회적 관점에서 윤리경영 양식 및 운영방안을 마련하기 위해, 개인과 기업의 경제행위에 영향을 미치는 각 사회의 고유한 전통, 즉 신뢰수준과 정체성 특성을 우선적으로 파악해야 한다. 낮은 신뢰수준과 자기이익 우선의 정체성으로 규정될 수 있는 한국사회의 경우, 경제적, 규범적 관점의 윤리경영이 가지는 실효성은 감소할 것이고, 이를 보완하는 방안으로 자연스럽게 정치적 압력이 높을 수밖에 없다. 이러한 윤리경영의 실행방식은 윤리경영의 자율성이 상대적으로 낮아 그 실행범위가 좁고, 지속가능성 역시 낮다. 따라서 한국에서 효율적인 윤리경영을 하려면 낮은 신뢰와 자기이익 우선의 사회적 배경을 보완할 수 있는 방안을 먼저 고려해야 한다. 신뢰의 핵심이 상대의 행위를 예측할 수 있게 한다는 점을 감안할 때, 경제행위의 투명성을 제고하는 방안이 우선 고려될 수 있다.

2014년 국제투명성기구가 발표한 기업의 투명성 순위는 내부 규정, 자료 등 기업의 모든 것을 대중에게 얼마나 공개하느냐가 결정적으로 작용한다. 세계 124개 기업 중 7.3점으로 1위를 차지한 이탈리아 국영탄화수소회사 ENI는 모든 자료를 공개해 조직 투명성에서 100%를 기록했다.

분식회계로 체면을 구긴 기업이 늘어가면서 회계 관련 투명성이 강조된다. 기업행위의 전반적인 사항, 예를 들어 부품공급자의 이윤율 등과 같은 다양한 이해관계자와 관련된 정보공개 범위를 확대할 경우, 기업행위의 예측가능성은 높아질 것이고, 정보가 공개되는 만큼 낮은 신뢰와 자기이익 중심의 정체성 사회에서도 지속가능한 높은 수준의 윤리경영이 시행될 수 있을 것이다.



유 태 영
한국외대 경영학부 교수

윤경萬里

:: 국 내

면세점들, “담합 안 했다”면서 뒤로는 리니언시 신청



4월 22일 알려진 8개 면세점의 환율 담합 여부에 대한 공정위 조사 결과에 따르면, 그 중 절반 이상이 자진신고시 과징금을 50~100% 감면해주는 리니언시(Leniency)를 신청한 사실이 확인되었다. 담합이

인정되면 면세점들은 담합 기간에 발생한 매출액의 최대 10%까지 과징금을 내야 한다. 면세점 업계 관계자는 “과징금 규모가 클 것으로 예상되는 업체들이 이를 줄이기 위해 리니언시 제도를 활용했을 것”이라고 추정했다.

참고: <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2016042201071921305001>

전경련, 공익신고자 보호법 개정사항 대응방안 논의

전경련은 4월 22일 전경련 컨퍼런스센터에서 제3차 윤리경영임원 협의회를 열고 올해 1월부터 시행 중인 공익신고자 보호법 개정 사항이 기업에 미치는 영향과 대응방안에 대해 논의했다. 이날 회의에는 교보생명, GS칼텍스, 지멘스 등 협의회 30개사의 임원 및 관계자가 참석했다. 주제발표를 맡은 권익위 공익심사정책과장은 공익신고 처리와 관련해 비밀보장, 불이익 조치 금지, 자율예방시스템이 중요하며, 사업주체의 감독책임 강화를 위해 양벌규정이 도입됐으므로 기업들이 사전 예방을 위해 임직원 교육에도 만전을 기해야 한다고 설명했다. 개정된 공익신고자 보호법은 기업의 공익신고자 보호 의무를 규정하고 권익위의 신고자 보호조치 결정을 이행하지 않을 시 이행강제금을 부과 받게 되는 등 기존 법안과 비교해 기업의 책임을 강조하고 있다.

참고: <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20160422010010907>

철강업체 P사 부패 뿌리 뽑기, 보상금 최대 30억

경영쇄신에 박차를 가하고 있는 철강업체 P사가 윤리경영을 대폭 강화하여 4월 1일부터 '반부패 준수지침'을 제정해 시행하고 있다. 지침에는 접대 및 편의 제공 때 준수해야 할 사항, 해외비즈니스 활동시 급행료 지급 금지, 대리인과 업무 추진 때 지켜야 할 사항 등이 담겨 있다. 또한 지침이 제대로 지켜질 수 있도록 반부패 관련 신고, 내부 고발자 보호, 처벌·보상 관련 항목도 규정했다. 비윤리행위를 신고한 임직원에게는 최대 30억 원의 보상금을 지급하기로 결정했다. 올 초 P사 회장은 “비윤리 행위에 대해서는 지위고하와 경중을 따지지 않고

무관용 원칙을 적용할 것”이라며 “윤리경영의 바탕 위에 성과에 따른 평가와 보상을 강화함으로써 더 높은 성과를 내는 선순환의 기업문화를 만들어가겠다.”고 밝힌 바 있다.

참고: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/05/0200000000AKR20160405156500003.HTML?from=search>

:: 해 외

리베이트와 뇌물 사건 신고한 내부고발자, 신고포상금 5,100만 달러

미국 올림푸스는 연방 리베이트방지법을 위반한 혐의로 법률위반 최고책임 6억 4,600만 달러를 물게 되었다. 올림푸스의 위법행위는 2009년 준법감시인이었던 존 슬로윅의 내부고발로 알려졌다. 그는 회사의 위법행위에 속고 있던 연방정부를 대신해 연방 내부고발자 법에 따라 소송을 제기했고, 포상금으로 5,100만 달러를 받을 예정이다. 올림푸스는 자신들의 행위에 대한 책임을 인정하면서 그것이 기업의 가치나 전 직원을 대표하는 것은 아니라고 말했다. 향후 법을 준수하기 위해 최선을 다할 것이라고 밝혔다.

참고: <http://money.cnn.com/2016/03/02/news/companies/whistleblower-olympus-medical-equipment>

미쓰비시 연비 시험결과 조작, 일본 재계 신뢰 흔들

일본 미쓰비시 자동차가 연비 시험결과 조작 파문에 휩싸이며 일본 기업들의 윤리 의식이 도마 위에 올랐다. 미쓰비시는 이전에도 두 차례 결합·리콜을 은폐한 전력이 있었다. 전임 회장을 비롯한 경영진이 허위보고로 기소되었으나 재판에서는 일부 무죄판결이 나오면서 거짓말과 늑장대응, 모르쇠 발표가 재현될 가능성도 있다. 뿐만 아니라 최근 일본 기업에서 윤리문제가 거듭 불거지는 것이 상명하복의 조직문화 때문이라는 지적도 나오고 있다.

참고: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/21/0200000000AKR20160421083100009.HTML?from=search>

이탈리아 의료분야 부정부패로 연간 7조원 손실



4월 6일 이탈리아가 의료분야 부정 부패로 연간 60억 유로(7조 8,980억 원)의 손실을 보고 있다는 조사 결과가 나왔다. 국제투명성기구 이탈리아 본부의 라파엘레 칸토네 회장은 이날 151개 의료기관을

대상으로 설문조사한 결과를 담은 보고서를 통해 지난 5년간 건강보험 회사 3개 중 1개에서 부정부패와 연관된 사건이 발생했다면서 이같이 밝혔다. 칸토네 회장은 “의료계의 부정부패는 전통적인 뇌물수수가 변형된 형태로 계속되고 있으며, 부정부패가 가장 높은 분야”라고 말했다. 그는 “새로운 강력한 의료 윤리기준을 만들어 의료 관련 기관과 의료인들이 이를 지켜나가도록 해야 한다”고 말했다.

참고: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/04/06/0200000000AKR20160406184200088.HTML?from=search>

행사소개

2016 공유가치창출(CSV) 전문가 양성과정

기업중사자, 청년·대학생 등을 대상으로 공유가치창출에 관한 이론 및 현장교육을 실시, 관련 전문가를 양성하고 인식 확산을 도모

- 주최: (사)한국사회공헌연구원 - 일시: 2016년 5월 2일~6월 27일
- 장소: 서울 광화문 한글회관

노사상생플러스교육

노사상생협력 우수사례를 교육, 현업에 적용할 수 있는 상생의 노사관계 실무를 제공

- 주최: 노사발전재단 - 일시: 2016년 5월 11~12일
- 장소: 용인 한화 리조트

국내행사 국외행사

Managing Ethics in Organizations (조직경영윤리 과정)

효과적인 기업윤리 프로그램 개발과 운영에 대한 교육 과정이며, 1,000여명의 참가자들에게 과정 수료증을 수여

- 주최: Center for Business Ethics - 일시: 2016년 6월 13~17일
- 장소: Bentley University, Waltham (Boston), Mass.

UNGC Leaders Summit (유엔글로벌콤팩트 지도자회의)

UN이 공식 채택한 지속가능발전목표(SDGs)와 기업의 참여를 중점적으로 논의하고 전략을 공유할 예정

- 주최: UN Global Compact - 일시: 2016년 6월 22~23일
- 장소: New York

'글래스도어'를 통해 본 투명경영



기업의 이미지, 즉 소비자들이 인식하는 '평판'은 기업의 성장과 발전을 좌우하는 중요한 요소이다.

누군가가 SNS에

무심코 올린 A라는 기업에 대한 부정적 메시지는 기업 가치를 순식간에 떨어뜨릴 수도 있다. 기업은 내부자의 단순한 한마디 말실수로도 이미지에 치명타를 입을 수 있으며, 특히 SNS시대에는 실시간으로 평판이 실추될 수 있다.

기업의 외형적 성장과 함께 경영 투명성에 대한 사회적 요구수준이 점점 더 높아져서, 소비자들은 쇼윈도의 진열품처럼 모든 기업정보가 노출되기를 바란다. 과거엔 조직 내의 소수 인원만 알고 넘어갈 수 있었던 문제들이 요즘에는 한순간의 실수로 SNS에 실시간 중계되는 상황이 발생하기도 한다.

글래스도어, 기업투명성의 작은 안내자

기업이 제대로 알려주지 않는 정보와 사람들이 평가하는 기업평판을 비즈니스모델로 삼은 기업이 등장하여 주목받고 있다. 2007년 로버트 호먼이 창업한 '글래스도어'는 미국 직장인들 사이에서 인기를 얻으며 빠르게 성장하고 있는 리쿠르트 웹사이트이다. 말 그대로 '유리문'처럼 회사리뷰, CEO에 대한 만족도, 급여 및 각종 수당 보고서, 면접 관련 질문 및 후기, 사무실 사진 등 8백만 건 이상의 데이터베이스가 제공된다. 모든 정보들은 그 회사를 가장 잘 아는 내부 직원에 의해 제공된다는 특징이 있다.



글래스도어는 기업에 대해 일방적인 좋은 평가만 하는 것을 방지하기 위해 회원들이 'PROS'(긍정)와 'CONS'(부정) 둘 다 입력하게 만들었다. 또한 링크만 걸어놓는 무성의한 글들은 자동으로 걸러진다. 무엇보다 평가를 내리고 받는 양쪽 이해관계자 모두를 플랫폼에 끌어들었다는 점이 중요하다. 만일 어떤 사람이 "S기업의 기업문화가 별로여서 정시퇴근은 꿈도 못 꾸다."는 평가를 내렸다면, 해당 기업의 CEO나 관련책임자는 "전혀 사실무근이다." 또는 "특정 부서에 한정된 예외적 상황이다." 등의 댓글로 항변할 수 있다. 이러한 이해관계자의 의사소통 과정을 통해 유리문처럼 투명한 평가가 나올 수 있다.

기업 입장에서 어찌 보면 글래스도어가 눈엣가시 같은 존재일 수도 있다. 익명으로 된 기업내부자의 부정적 리뷰들이 여과 없이 마구 올라올 수 있기 때문이다. 글래스도어는 반대로 기업의 평판을 올려서 훌륭한 인재들을 뽑을 수 있도록 긍정적 기능을 한다고 자평한다. 직원들에게 처우가 훌륭한 기업일수록 글래스도어를 통해서 자동적으로 홍보가 되어 좋은 인재들이 제 발로 몰려들 것이라는 주장이다. 리뷰관리도 철저히 한다. 글래스도어는 기업의 이미지를 근거 없이

훼손할 수 있는 콘텐츠를 필터링하기 위해, 엄격한 규율 아래 기체가 아닌 사람이 직접 관련 글들을 모니터링 한다. 실제 업로드된 리뷰 가운데 15~20%가량이 가이드라인에 맞지 않아 등록이 거절된다고 한다. 일반적으로 회사 측에서 구직 정보를 제공하는 여타 취업사이트와의 차별성을 확보한 글래스도어는 기업투명성에 대한 작은 안내자 역할을 하고 있다.

아트라스콥코 기업문화의 차별성, '투명성'

1837년 설립된 스웨덴의 아트라스콥코는 압축기와 산업용공구 분야에서 시장을 선도하는 글로벌 기업이다. 아트라스콥코의 기업문화는 투명성을 바탕으로 만들어졌다. 회사의 운영방식과 조직을 웹사이트에 투명하게 공개하여 기업운영의 투명성을 높이고 있는데, 매번 업데이트되는 웹사이트를 보면 어떻게 일해야 하는지, 일하는 방식이 무엇인지 누구나 알 수 있다. 이 기업의 규칙과 프로세스 역시 투명하게 결정되며, 기업운영의 투명성을 철저하게 지키고 있는 아트라스콥코는 스위스 다보스포럼이 발표하는 '글로벌 지속가능경영 100대기업'에 10년 연속 선정 되었다. 경영진은 기업의 정책을 결정하기에 앞서 노조에도 사전에 정보를 제공하고 의견을 수렴한다.

국내에서 투명경영의 확산 경향

현대자동차와 기아자동차는 '투명경영위원회'를 설치하여 주주권의 보호를 위한 첫걸음을 내딛었다. 사외이사로 구성된 투명경영위원회는 주주와의 소통 활성화 및 주주권의 향상을 위한 개선방안 발굴을 위해 회사의 핵심 현안을 상시적으로 공유하고, 다양한 이해관계자들과의 소통을 기반으로 회사의 중장기 경쟁력 제고 방안 등에 대해서도 제언하는 역할을 수행한다. 독립적인 투명경영위원회 설치의 주주친화적 경영의지를 가지고 투명경영을 펴겠다는 의미로 해석될 수 있다. 삼성 역시 계열사 간 내부거래의 객관성과 투명성을 높이기 위해 일정 규모 이상 거래에 대해 내부거래위원회를 통해 적정성 여부를 검증하고 있다.

기업투명성을 높이기 위해 고려할 사항

최근 투명경영을 강화하고 소액주주권익 보호를 위한 제도적 장치를 마련하려는 기업들이 늘고 있다. 투명경영이 경쟁력을 강화하고 기업 가치를 높인다는 생각이 기업들 사이에 확산되고 있는 것이다. 기업 정보에 대한 대중들의 접근성이 높아지면서 불투명한 기업은 사회적으로 좋지 않은 인식과 평판을 받아 기업가치가 하락으로 이어지기 때문에, 규칙과 프로세스가 투명하게 결정되어야 한다.

기업운영의 투명성 제고는 내부에서 시작되는데, 우선적으로 고려해야 할 사항은 다음과 같다. 첫째, 비전 · 전략 · 목표 등의 중요 메시지를 전달하는 기업투명성 책임 부서를 명확히 할 필요가 있다.

둘째, 기업 내부적으로 직원 처우나 보상 정책에 대한 명확한 메시지를 전달해야 한다. 셋째, 직원들의 성과 관리에 대한 기준과 절차를 명확하게 공유해야 한다. 마지막으로 내부의 자정문화를 뿌리내리는 교육을 지속적으로 실시하고, 불법행위에 대한 '무관용 원칙'을 세워 투명성을 높여야 한다. 이러한 기업 내 투명성 제고 노력은 좋은 기업으로 거듭나는 계기가 될 것이다.



윤리 it 수다

기업의 투명성 바라보기

윤리경영을 하면서 '기업의 투명성'은 빼놓을 수 없는 이야기이다. 기업의 투명성은 기업의 신뢰와 직결되는 문제이기 때문이다. 임직원은 기업의 투명성을 좌우할 수 있는 위치로, 기업은 이들에 대해 끊임없이 확인하고 지속적으로 교육을 시켜야 한다. 또한 고객은 기업이 윤리적이고 안전하게 제품을 만들었는지 알고 싶어 하며, 투자자는 기업의 현재와 전망을 명확하게 알고자 한다.

투명한 업무수행

임직원이 투명하지 않게 업무를 수행한다는 것은 무엇일까? 가장 대표적인 예는 허위보고이다. 실제와 다른 내용을 보고함으로써 회사의 눈을 가리는 것이다. 특히 이것이 조직적으로 진행 되었을 때는 건잡을 수 없는 문제로 확대 된다.

D증권사 센터장의 비밀

지난 3월, 이상거래 징후를 포착한 금감원은 대형 D증권사 L센터장과 전업투자자 K씨가 함께 시세를 조작하여 총 61억 원을 챙긴 사실을 밝혀냈다. 2012년 말부터 2015년 8월까지, 이들의 범죄가 계속 되는 동안 증권사의 전산망에도 이상거래 징후가 포착된 적이 있었다. 그러나 L센터장이 '문제없는 거래로 확인되었다'고 허위보고를 하여 추가조작을 숨기고 작전을 지원해주었다.

도시바의 분식회계

2015년 7월, 일본의 도시바가 2009년부터 5년간 1,500억 엔이 넘는 금액을 영업이익으로 과다 계산한 것이 드러났다. 게다가 채 두 달이 되지 않아 10여 건의 분식회계가 추가로 발견되어 일본 최대의 분식회계 사건이던 구가네보의 기록을 뛰어넘었다.

일본 감사위가 73억 엔 이상의 과징금을 부과하자, 역대 최대 과징금이던 H의 16억 엔 기록을 갈아치우며 도시바는 일본 최대의 분식회계, 일본에서 최대의 과징금을 받게 된 기업이란 오명을 안게 되었다.

투명한 정보공개

고객과 주주를 위해 정보를 투명하게 공개 한다는 것은 그만큼 올바르게 정직하게 일을 해왔음을 자부하고 있다는 것이다. 이 자신감 자체가 이해관계자에게 신뢰를 줄 수 있다.

싸구려 호텔

2012년, 네덜란드의 한스 브링커 버짓 호텔의 광고가 이슈를 일으켰다. 방안에 매트리스 하나만 덜렁 놓인 사진, 방안이 추운 듯 이불을 끄끄 따매고 있는 사람의 사진 등 하나 같이 '좋은 호텔'과는 거리가 먼 이미지를 담고 있는 광고였다.

유스호스텔 급인 한스 브링커 버짓 호텔에는 좋은 시설이나 서비스는 기대할 수 없기 때문에 시설과 서비스를 미화하는 대신 진솔하고 익살스러운 광고로 자신들에 대한 호기심과 저렴한 가격을 부각시킨 것이다. 진정성을 느낀 사람들은 허름한 시설과 특별할 것 없는 서비스에도 실망하지 않고 이들을 신뢰하게 되었고 자연스럽게 긍정적인 소문이 퍼지자 이곳은 전 세계 여행자들의 흥미를 끄는 호텔이 되었다.

감사원의 프로파일링

2013년, 감사원은 '오랜 감사 경험을 통해 비리 발생 가능성이 높은 케이스를 가려내는 노하우'를 가지고 있다고 밝히며 일종의 '프로파일링'과 같은 방식이라고 소개했다.

첫째로 젊은 나이, 적은 봉급에도 명품을 가지고 다니는 사람을 의심할 수 있고, 둘째로 장기간 회계업무를 맡으며 지출에 대한 결의와 집행을 동시에 할 수 있는 경우 비리가 발생하기 쉽다. 마지막으로 휴가를 잘 가지 않는 특징이 있는데, 이는 다른 사람이 대신 업무를 처리하다가 자신의 비위 사실이 드러나는 것을 두려워하기 때문이다.

임직원이 정직하게 업무를 수행하는 것, 주주와 고객에게 정직하게 정보를 공개하는 것, 이것들은 아주 당연한 의무이다. 이 당연한 의무를 지키면 기업은 투명해지고 이해관계자들의 신뢰가 따라온다.

아주 가볍게 말하는 이것이 얼마나 지키기 어려운 것인가는 직접 업무를 수행하고 있는 이들 모두가 알 것이다. 그럼에도 이 중요성을 다시 한 번 인지하고 한 번 더 용기를 내보는 것, 그것이 자신이 속한 회사의 투명성을 가져올 수 있는 방법이다.

Q 허위보고 같은 정보 조작은 왜 일어나는 걸까요?

A 먼저 허위보고는 개인이 문제인 경우와 조직이 문제인 경우, 두 가지가 있을 수 있습니다.

개인의 경우, 이득을 위해 자의로 잘못된 행동을 하는 경우입니다. 뇌물이나 청탁이 아니더라도 약간의 효율성을 바라거나 덜 귀찮기 위해 허위보고를 하기도 합니다. 일례로 급하게 외주업체를 구할 때는 지인의 업체나 추천 받았던 업체 등 기존에 알고 있는 업체를 선정하는 경우가 있습니다. 비뻔한 여러 업체를 확인하고 비교하는 정상적인 절차보다 이편이 효율적이고 작업도 수월하게 느껴지기 때문입니다.

하지만 이것은 최선의 선택이 아닐 수 있을 뿐더러, 정상적인 절차처럼 꾸미기 위해 정보를 조작하게 되기도 합니다.

개인의 문제를 고치기 위해서는 교육과 상벌이 필수입니다. 나의 행동이 허위보고에 해당될 수 있음을 인지하고 나면 이러한 행동에서 가책을 느끼기 때문에 이를 고치게 됩니다.



一問一答 (일문일답)

조직의 경우, 허위보고가 만연한 문화를 가진 경우입니다. 개인은 허위보고에 대해 가책을 느끼지만 주변 모두가 그렇게 하기 때문에, 또는 지시를 받아서 정보를 조작하게 됩니다.

허위보고를 당연시하는 문화 속에서 정직하게 보고하는 것은 큰 용기를 필요로 하지만 그 용기조차도 계속 꺾여버리고 만다면 사람은 자신의 상황을 합리화하며 올바른 보고를 포기합니다. 허위보고를 하면서 어떠한 가책도 느끼지 않게 되는 것입니다.

조직의 문제를 고치기 위해서는 리더가 강력한 의지를 가지고 구성원의 변화를 이끌어내야 합니다. 문화를 개선해야 하는 만큼 다방면으로 긴 시간을 투자해야만 성과를 얻을 수 있습니다.

윤리경영 스터디

2016년 세계 프로드(fraud, 사기) 보고서

자산이 있는 모든 조직은 부정직한 개인이 조직자원을 편취할 위험성이 늘 도사리고 있다. 불행하게도 그 위험의 상당 부분이 조직에서 일하는 직원들에 의해 현실로 나타나는데, 이것을 우리는 직업적인 사기 리스크라고 부를 수 있다. 1996년 세계 최대 반(反) 프로드(사기) 조사기관 ACFE는 이 부분에 대한 조사를 최초로 실시하였다. 2014년 1월부터 2015년 10월까지 전 세계 114개국에서 발생한 2,410개 사례조사에 대한 분석을 토대로 작성된 세계 프로드 조사 보고서에는 사기행각이 어떻게 자행되는지, 어떻게 탐지하는지, 조직이 그러한 위험에 어떻게 대처하는지가 자세하게 나와 있다.

2,410개 사례조사 결과 직업적 사기로 인한 전체 피해액은 63억 달러를 넘고, 연 수입의 5%에 이른다. 전체 사례의 평균 피해액이 15만 달러였고, 100만 달러 이상 피해를 입은 경우가 23.2%였다. 이 보고서는 프로드(사기)의 세계적 추세를 읽고 대처방안을 수립하는데 도움을 줄 것이다.



직업적 사기는 어떻게 자행되었나?

직업적 사기는 크게 자산횡령/부패/재무제표사기 등으로 나타났다. 자산횡령 사례가 가장 빈번하게 83.5%나 발생했지만, 평균 피해액은 가장 적어 건당 12만 5천 달러였다. 반면에 재무제표사기의 발생은 9.6%에 불과했지만, 평균 피해액은 가장 많은 97만 5천 달러였다. 부패의 경우 35.4%가 발생했고, 평균 피해액이 20만 달러로 중간에 위치했다. 사례조사의 94.5%에서 범인들은 자신의 사기행각을 은닉하려하는데, 가장 일반적인 방법은 실제문서를 작성하거나 변경하는 것이었다. 부패 사례에서는 허위문서 작성이 좀 더 보편적인 방법이었다.

사기계획의 탐지

가장 일반적인 사기계획 탐지방법은 팁(정보)으로서 약 39.1%에서 나타났고, 다음으로 내부감사(16.5%)와 경영평가(13.4%) 순이었다. 한편 핫라인 보고체계를 갖춘 조직이 그렇지 못한 조직보다 팁을 통해 사기계획을 탐지할 가능성이 훨씬 높은 것으로 나타났다.



(47.3% 대 28.2%). 공식적인 프로드 보고 메커니즘을 갖춘 조직에서, 팁 제공으로 사용된 가장 일반적 방법이 전화 핫라인(39.5%)이었고, 제보자가 자신의 직속관리자에게 초기 보고한 사례가 20.6%로 가장 일반적이었다. 다음으로 회사임원(18%), 프로드 조사팀(13.1%), 내부감사부서(12.3%)순이었다.

피해조직에 대한 분석

피해조직을 산업별로 살펴보면, 은행 및 금융 서비스 분야가 16.8%로 피해를 가장 많이 보았고, 다음으로 정부 및 공공행정(10.5%), 제조업(8.8%)순이었다. 광업(0.9%) 및 도매무역업(1.6%)이 모든 산업 가운데 가장 적은 사례였지만, 평균 피해액은 각각 50만 달러와 45만 달러로 가장 큰 규모였다.

프로드 가해자 분석

프로드 가해자를 분석해보면, 오너/임원에 의해 자행된 사기행각의 평균 피해가 70만 3천 달러로 엄청난 규모였다. 이것은 관리자에 의한 평균 피해액(17만 3천 달러) 보다 4배가 높은 수치고, 일반 직원(6만 5천 달러)으로 인한 피해보다 거의 11배나 높은 수치다. 부서별로는 회계부서(16.6%)에서 빈번하게 발생하는데, 분석된 사기의 3/4 이상이 7개 핵심부서인 회계, 운영, 영업, 임원/경영진, 고객서비스, 구매, 재무 등에서 근무하는 개인에 의해 저질러졌다.

프로드 가해자는 범죄행각을 벌일 때 행동징후가 나타나는데, 가장 일반적인 경고표시는 수입을 넘는 생활, 금전적 어려움, 고객과 과잉 접촉, 거리낌 없는 행동과 같은 '수완 좋은 사업가'의 태도, 최근 이혼이나 가족문제 등이다. 조사사례의 78.9%에서 이러한 경고표시 중 적어도 하나가 사기행각 중에 드러났다.



결론

직장에서 이루어지는 범죄행각 프로드는 사전교육과 통제장치 등을 마련하여 철저하게 예방될 필요가 있고, 그 피해가 단순한 금전적 액수를 넘어 대중의 나쁜 평판이라는 보이지 않는 부분까지 고려하면 상상을 초월하는 액수에 달할 수도 있다. 적절한 안티-프로드 통제장치를 갖춘 조직의 피해는 14.3~54% 정도 줄어든다고, 33.3~50% 정도 더 빨리 발견할 수 있다. 따라서 최소한의 프로드 예방 프로그램이라도 마련하여 일상에서 지속적인 환기가 필요할 것이다.

맞·취·보·세·요

다음 중 윤리경영에서 추구하는 경영방침이 아닌 것은?

- ① 투명경영 ② 정도경영
- ③ 신뢰경영 ④ 수익경영

● 지난 호 정답 : 2번, 윤리경영 겸무부서 증가

● 정답 제출처

국민권익위원회 민간협력담당관실 장준용 주무관(gukmin@korea.kr)

※ 성함, 주소(상품권 수령지), 연락처를 보내주세요(24일까지).

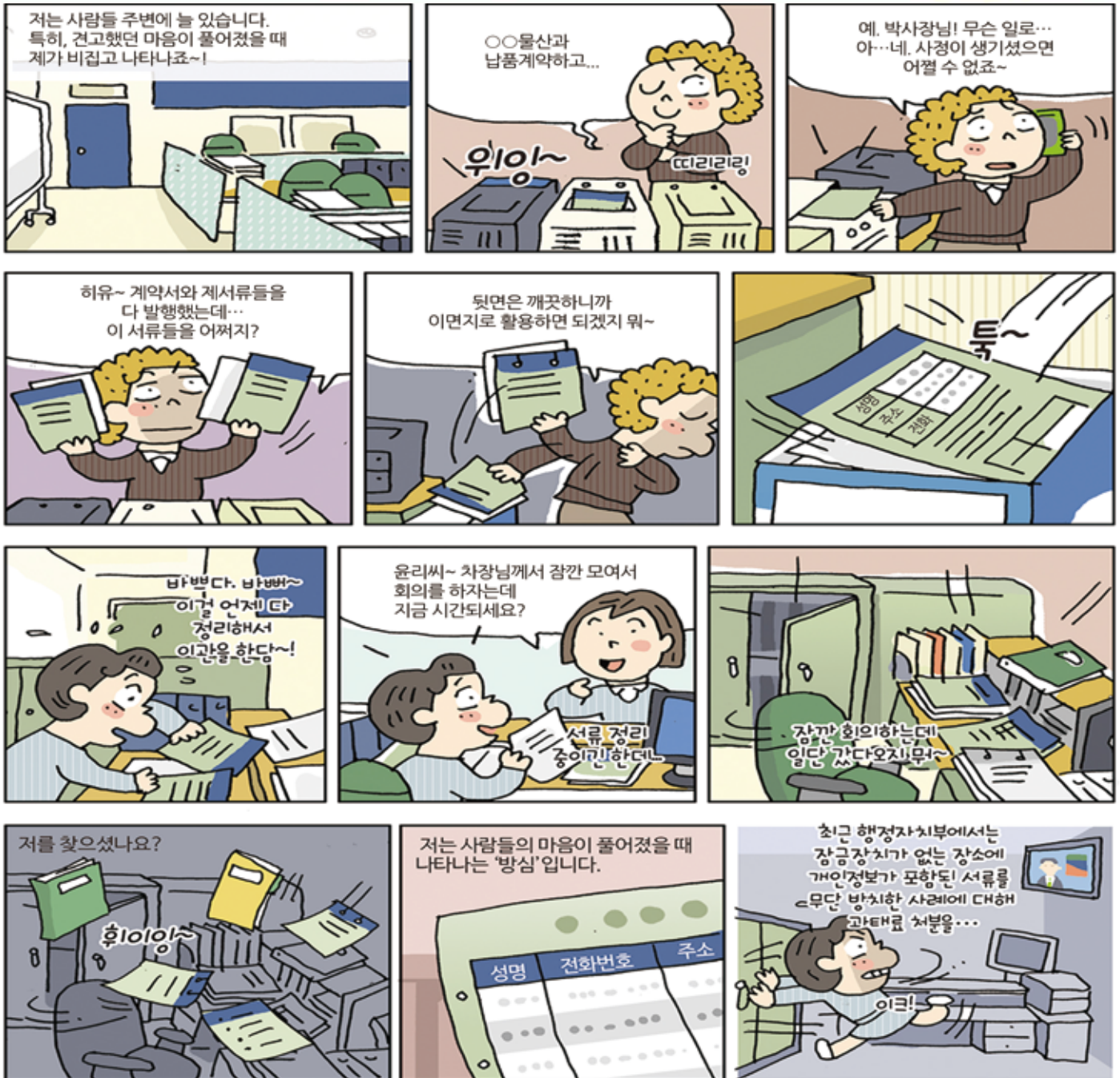
정답을 보내주시는 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권을 보내드립니다.

● 지난 호 퀴즈 정답자는 박형삼님, 송영은님, 황미영님, 신혜정님, 엄호정님입니다.

*축하드립니다!

Yes 준비! Ok 윤리!

방심(放心)



기업윤리 워크숍 및 청렴정책 전수과정 안내

기업에 공공부문의 우수한 반부패정책을 소개하고, 윤리경영 관계자 네트워킹 강화를 통한 윤리경영 문화 확산을 위해 「2016년 기업윤리 워크숍 및 청렴정책 전수과정」이 개최됩니다. 많은 관심과 참여 바랍니다.

- 주최** 국민권익위원회
- 일시** 2016년 5월 31일(화)
- 장소** 대한상공회의소 중회의실 A
- 대상** 기업 윤리경영 및 준법업무 담당자 등

문의 권익위 민간협력담당관실(gukmin@korea.kr, 044-200-7166, 7167)